

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Batik merupakan kain tradisional Indonesia yang gambarnya digambar secara khusus dengan menuliskan ‘malam’ (cairan lilin) menggunakan canting dan diwarnai untuk diproses secara khusus sehingga menghasilkan motif yang khas. Pada 2 Oktober 2009, Batik ditetapkan sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia oleh UNESCO sehingga tanggal 2 Oktober diperingati sebagai Hari Batik di Indonesia (Wulandari, 2022). Mengutip siaran pers Kemenparekraf pada 1 Oktober 2023, Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, batik merupakan warisan budaya Indonesia yang patut untuk dilestarikan; dipopulerkan, dikenakan, dan dikreasikan oleh bangsa Indonesia.

Pelestarian budaya tradisional Indonesia dapat dilakukan melalui pengetahuan dan pengalaman budaya (Nahak, 2019). Pengayaan pengetahuan tentang budaya Indonesia telah dilakukan melalui pelajaran tentang kebudayaan lokal di sekolah-sekolah di Indonesia. Adapun pelestarian budaya selain dalam bentuk pelajaran adalah melalui tempat-tempat budaya seperti museum, pusat kebudayaan, dan sanggar seni tradisional. Sanggar seni tradisional adalah tempat yang digunakan oleh komunitas seni untuk melakukan kegiatan belajar seni seperti seni tari, seni musik, seni lukis, dan lainnya (Purnama, 2015).

Sanggar Batik Kembang Mayang adalah sanggar seni tradisional yang diresmikan oleh Walikota Kota Tangerang Arief Wismansyah pada tahun 2018 di Kecamatan Larangan (Thadeus, 2022). Sanggar Batik Kembang Mayang memberdayakan kurang lebih 11 orang masyarakat sekitar, khususnya ibu rumah tangga, sebagai pengrajin batik dan memanfaatkan usaha-usaha kecil di sekitar Kecamatan Larangan sehingga tercipta ekosistem ekonomi kreatif Kampung Batik Kembang Mayang (Badan Penghubung Daerah Provinsi Banten, 2019). Sanggar Batik Kembang Mayang juga merupakan satu-satunya sanggar batik di Kota

Tangerang yang masih aktif untuk melakukan kegiatan pelestarian batik tradisional, sehingga sanggar batik ini dapat dijadikan sebagai sarana edukasi non-formal bagi masyarakat sekitar untuk memperkaya pengetahuan dan minat untuk melestarikan budaya batik tradisional.

Sebagai sarana pelestarian budaya tradisional Indonesia, Sanggar Batik Kembang Mayang dapat memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk dan jasa. Saat ini, Sanggar Batik Kembang Mayang sudah memanfaatkan Instagram sebagai tempat untuk melakukan promosi. Pemanfaatan media sosial Instagram tentunya dapat menunjang ketertarikan masyarakat terhadap wisata edukasi yang ditawarkan oleh Sanggar Batik Kembang Mayang. Akan tetapi, Instagram tidak menawarkan kemudahan bagi calon pengunjung sanggar batik untuk mencari informasi lebih tentang Sanggar Batik Kembang Mayang. Riset membuktikan bahwa Instagram memang efektif untuk dijadikan sebagai media promosi dari sebuah desa wisata, namun informasi yang disajikan tidak bisa diberikan secara detail karena adanya pembatasan penyajian informasi yang ada pada Instagram (Adhanisa, 2017).

Maka dari itu, penggunaan *website* sebagai media promosi digital untuk Sanggar Batik Kembang Mayang telah dijadikan sebagai pilihan agar calon pengunjung dapat mengakses informasi mengenai Sanggar Batik Kembang Mayang secara detail. Menurut Rahman (2019), *website* yang didesain secara kreatif dapat memberikan manfaat seperti peningkatan pada penjualan, terutama pada *website* yang menonjolkan konten berupa produk atau jasa sehingga pengunjung dapat menerima informasi yang disajikan pada situs dengan baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Sanggar Batik Kembang Mayang adalah satu-satunya sanggar batik yang masih aktif di Kota Tangerang.
2. Sanggar Batik Kembang Mayang menggunakan Instagram sebagai media promosi.
3. Promosi yang selama ini dilakukan di media sosial Instagram terbukti kurang efektif.

Berdasarkan kesimpulan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan tentang media promosi digital Sanggar Batik Kembang Mayang?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

#### 1. Demografis

- a. Usia : 27 – 42 tahun. Menurut Heriyanto et al (2024), sebanyak 54% dari 50 orang Indonesia dalam rentang umur 27 hingga 42 tahun memilih destinasi wisata berdasarkan keinginan untuk menemukan hal baru dan pengalaman yang unik.
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Sosioekonomi : SES A – B. Ditentukan berdasarkan harga yang ditawarkan oleh Sanggar Batik Kembang Mayang, yaitu sebesar Rp 150.000 per orang.
- d. Kewarganegaraan : Indonesia

#### 2. Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Provinsi : Banten
- c. Kota : Tangerang, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang

#### 3. Psikografis

- a. Orang yang memiliki ketertarikan terhadap kerajinan tangan tradisional.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang media promosi digital Sanggar Batik Kembang Mayang dalam bentuk *website* agar dapat memberikan sumber informasi yang lebih detail dan efektif untuk calon pengunjung.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat tugas akhir yang ingin dicapai oleh penulis adalah antara lain:

##### **1. Bagi Penulis**

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi tempat bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan. Selain itu, tugas akhir ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis sebagai desainer grafis.

##### **2. Bagi Orang Lain**

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat membantu mempermudah masyarakat umum untuk memperkaya pengetahuan mengenai kebudayaan tradisional melalui Sanggar Batik Kembang Mayang.

##### **3. Bagi Universitas**

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi tugas akhir yang bermanfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara, baik untuk mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir di semester selanjutnya maupun meningkatkan presentase kelulusan mahasiswa yang kompeten dalam bidangnya.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A